

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS JASA
PELAYANAN *FITNESS CENTER* GEDUNG OLAHRAGA
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh:
Ferawati Andriani
NIM. 08603141011

**PROGRAM STUDI ILMU KEOLAHRAGAAN
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
MEI 2015**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta” yang disusun oleh Ferawati Andriani, NIM 08603141011 telah disetujui oleh Pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, Mei 2015
Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large loop followed by several vertical and horizontal strokes, ending in a wavy line.

Sulistiyono, M.Pd
NIP :19761212200812 1001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, Mei 2015

Yang menyatakan,



FerawatiAndriani
NIM. 08603141011

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta” yang disusun oleh Ferawati Andriani, NIM 08603141011 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal, 7 Mei 2015 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Sulistiyono, M.Pd	Ketua Penguji		27/5 2015
Faturahman Arjuna, M. Or	Sekretaris Penguji		27/5 2015
Cerika Rismayanti, M. Or	Penguji I		27/5 2015
Ahmad Nasrulloh, M. Or	Penguji II		27/5 2015

Yogyakarta, Mei 2015
Fakultas Ilmu Keolahragaan
Dekan,


Rumpis Agus Sudarko, M.S.
NIP-19600824 198601 1 001

MOTTO

1. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari satu urusan, kerjakanlah sungguh- sungguh urusan lain.
(QS. AL Insyirah: 6- 7).
2. Kisah hidup bukanlah sebuah kebenaran, tetapi merupakan sekumpulan pemahan atas apa yang telah terjadi (Walter Williams) .
3. Aku memang berjalan dengan pelan, tapi aku tidak akan berjalan mundur.

PERSEMBAHAN

Karya yang amat sederhana ini dipersembahkan kepada orang-orang yang punya makna sangat istimewa bagi kehidupan penulis, diantaranya:

1. Bapak Suparja dan Ibu Kasminah kedua orang tua yang penuh kasih sayang dan selalu mendoakan anak-anaknya setiap saat.
2. Adikku Fitri Rohmawati yang selalu penulis sayangi
3. Sahabat- sahabat terbaik saya Farah Sauvika, Wulan Dani, Eka Sriliasari, Yurike sendy terimakasih untuk kebersamaannya.
4. Teuku Teza Peradiya Firzama yang senantiasa setia memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
5. Teman-teman Prodi Ikora angkatan tahun 2008 yang selalu kompak, terimakasih atas kebersamaan yang begitu hangat selama ini dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih.

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS JASA PELAYANAN
FITNESS CENTER GEDUNG OLAHRAGA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Oleh

Ferawati Andriani

08603141011

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif menggunakan metode survei dengan teknik pengambilan datanya menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini adalah member *fitness center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini diambil 30 orang dengan teknik pengambilan sampel kebetulan (*accidental sampling*). Uji validitas instrumen menggunakan korelasi *product moment* dan uji reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dituangkan dalam bentuk persentase.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan sebagian besar berada pada kategori sangat puas dengan persentase 50 %, adapun persentasenya masing- masing faktor adalah sebagai berikut: berdasarkan faktor *tangibles* berada pada kategori sangat puas 36,7 %, faktor *empathy* dengan katagori sangat puas 40,0 %, faktor *reliability* dengan kategori sangat puas 53,3 %, faktor *responsiveness* dengan kategori sangat puas 23,3 %, faktor *assurance* dengan kategori sangat puas 46,7 %.

Kata kunci: *kepuasan, jasa pelayanan, fitness center*

**LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION ON THE QUALITY OF SERVICE FROM
FITNESS CENTER SPORTS HALL YOGYAKARTA STATE UNIVERSITY**

ABSTRACT

The study has an objective in figuring out the level of customer satisfaction on the quality of services given by the Fitness Center Sports Hall, Yogyakarta State University.

This research was a descriptive study using survey methods with the data collection techniques used the questionnaire. The population was the members of Fitness Center Sports Hall, Yogyakarta State University. The sample in this study was gained from 30 people with the accidental sampling techniques. The validity test of the instrument was using the product moment correlation and the reliability test for the instrument was using Cronbach Alpha formula. The data were analyzed by using descriptive analysis elaborated in the form of a percentage.

The results give the description that the level of customer satisfaction on the quality of services given by Fitness Center Sports Hall, Yogyakarta State University is mostly in the very satisfied level with a percentage at 50%, while the percentage of each factor is as follows: based on the factors of *tangibles*, it is in the very satisfied level at 36.7%, based on the factors of *empathy*, it is in the very satisfied level at 40.0%, *reliability* factor is in the very satisfied level at 53.3%, *responsiveness* factor is in the very satisfied level at 23.3%, *assurance* factor is in the very satisfied level at 46.7%.

Keywords: *satisfaction, services, fitness center*

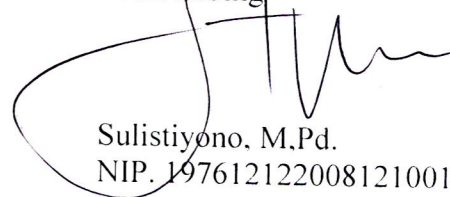
Wakil Dekan I



Dr. Pangung Sutapa, M.S.
NIP. 19590728 198601 1001

Yogyakarta, 15 Juli 2015

Pembimbing



Sulistiyono, M.Pd.
NIP. 197612122008121001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta" dengan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini pastilah penulis mengalami kesulitan dan kendala. Dengan segala upaya, skripsi ini dapat terwujud dengan baik berkat uluran tangandari berbagai pihak, teristimewa pembimbing. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M. Pd., MA., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Rumpis Agus Sudarko, M.S., Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian di *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bapak Yudik Prasetyo, M.Kes Ketua Jurusan PKR, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi.
4. Bapak Sulistiyono, M.Pd Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, pengarah, dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi.
5. Bapak Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dalam pengambilan mata kuliah.

6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
7. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan membantu pengambilan data penelitian.
8. Para Dewan Penguji Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan penilaian.
9. Bapak Ahmad Nasrulloh, M. Or, selaku Manager *Fitness Center* GOR UNY yang memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian
10. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan dan doarestu, baik moral maupun material selama penulis menuntut ilmu.
11. Teman-teman Prodi Ikora angkatan 2008 dan rekan-rekan yang tidak memungkinkan disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga hasil karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan khususnya dan bagi semua pihak pada umumnya. Penulis berharap skripsi ini mampu menjadi salah satu bahan bacaan untuk acuan pembuatan skripsi selanjutnya agar menjadi lebih baik.

Yogyakarta, Mei 2015
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakangMasalah	1
B. IdentifikasiMasalah	6
C. BatasanMasalah	6
D. RumusanMasalah	7
E. TujuanPenelitian	7
F. ManfaatPenelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
A. DeskripsiTeori danPenelitian yang Relevan.....	9
1. Kualitas Jasa	9
2. Kepuasan Konsumen	14
3. Pengukuran kepuasan pelanggan	17
4. Pemasaran Jasa	19
5. Kualitas pelayanan	21
6. Profil <i>Fitness Center</i> GOR UNY.....	24
B. Penelitian yang Relevan	26
C. Kerangka Berfikir.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN.....	29

A. Desain Penelitian	29
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	30
E. Teknik Analisis Data	36
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 43
A. Deskripsi Lokasi, Subjek dan Waktu Penelitian	43
B. Hasil Penelitian	44
C. Pembahasan	55
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	 60
A. Kesimpulan	60
B. Implikasi	60
C. Keterbatasan Penelitian	61
D. Saran	61
 DAFTAR PUSTAKA	 62
 LAMPIRAN	 64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Daftar Konsumen di <i>fitness center</i> GOR UNY.....	4
Tabel 3. Kisi- kisi angket tingkat kepuasan konsumen.....	35
Tabel 4. Nilai Intrerpretasi uji reliabilitas.....	39
Tabel 5. Skor Penilaian Jawaban Positif.....	40
Tabel 6. Skor Penilaian Jawaban Negatif.....	40
Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	44
Tabel 9. Skor Baku Kategori.....	45
Tabel 10. Deskripsi Hasil Penelitian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan	45
Tabel 11. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Tangibles</i>	47
Tabel 12. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Empathy</i>	49
Tabel 13. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Reliability</i>	50
Tabel 14. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Responsiveness</i>	52
Tabel 15. Deskripsi Hasil Penelitian Faktor <i>Assurance</i>	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Bagan Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 2. Diagram Deskripsi Hasil Penelitian Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan <i>Fitness center</i> GOR UNY.....	45
Gambar 3. Diagram Hasil Penelitian Faktor <i>Tangibles</i>	47
Gambar 4. Diagram Hasil Penelitian Faktor <i>Reliability</i>	49
Gambar 5. Diagram Hasil Penelitian Faktor <i>Responsiveness</i>	51
Gambar 6. Diagram Hasil Penelitian Faktor <i>Assurance</i>	53
Gambar 7. Diagram Hasil Penelitian Faktor <i>Empathy</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. <i>ExpertJuggement</i>	54
Lampiran 2. Angket Penelitian	70
Lampiran 3. Data Penelitian.....	74
Lampiran 4. Statistik Deskriptif	79
Lampiran 5. Tabel r	86
Lampiran 6. Surat Ijin Penelitian	87
Lampiran 7. Dokumentasi.....	88

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tubuh yang bugar akan menyebabkan aktivitas menjadi lebih produktif, kesadaran masyarakat akan pentingnya olahraga di masa sekarang ini membuat masyarakat mulai tertarik untuk mendatangi pusat-pusat pelayanan jasa di bidang olahraga. Selain itu, banyak orang yang merasa tingkat kepercayaan diri mereka akan bertambah jika mereka mempunyai postur tubuh yang ideal dengan latihan di pusat kebugaran atau tempat yang menyediakan jasa dalam bidang olahraga.

Olahraga pada dasarnya merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupan agar kondisi fisik dan kesehatannya tetap terjaga dengan baik. Gaya hidup di zaman moderen menuntut manusia akan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja. Situasi dan kondisi di atas menjadikan aktifitas olahraga sangat sulit dilakukan dan hanya bisa dilakukan bila memiliki waktu luang. Mereka bisa mendapatkan semua itu dengan mendatangi pusat- pusat kebugaran, karena dengan berolahraga di pusat kebugaran, mereka dapat berolahraga tanpa merasa kepanasan dan alat- alat yang disediakan cukup banyak dan memadai. Hal tersebut dapat menimbulkan permintaan akan adanya pusat kebugaran yang cukup tinggi.

Melakukan olahraga di pusat kebugaran nampaknya semakin diminati oleh masyarakat, di kota besar atau daerah. Hal ini terlihat dari banyaknya

jumlah konsumen dari kelompok masyarakat umum, karyawan, mahasiswa dan bahkan siswa SMA yang datang silih berganti dipusat kebugaran. Pengusaha yang jeli melihat peluang usaha ini akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba- lomba mendirikan pusat kebugaran. *Fitness Center* GOR UNY merupakan salah satu pusat kebugaran yang terletak di kompleks GOR UNY sayap timur, Jalan Colombo No. 1 Yogyakarta.

Semakin bertambahnya usaha jasa pusat kebugaran, maka semakin meningkat pula persaingan dalam dunia usaha ini. Perusahaan jasa akan maju apabila kepuasan konsumen dapat terwujud. Bisnis tidak akan berjalan dengan semestinya apabila kepuasan konsumen tidak terpenuhi. Konsumen yang dihadapi saat ini adalah konsumen yang mempunyai kepekaan tinggi terhadap barang dan jasa yang dipakai, konsumen akan berpindah ke perusahaan jasa lain apabila tidak merasa puas. Menurut Husain Umar (2000: 53) bahwa kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen.

Setiap konsumen atau pelanggan jasa pelayanan pusat kebugaran akan mengharapkan fasilitas yang lengkap, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau, tetapi dalam kenyataannya yang ditemukan masih banyak jasa di pusat- pusat kebugaran yang tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen, harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan fasilitas dan mutu dari pusat kebugaran tersebut, sehingga mengecewakan atau menimbulkan rasa tidak puas.

Setelah melakukan wawancara terhadap Sheila Anjani salah satu konsumen jasa pusat kebugaran di Yogyakarta, ternyata masih ada pusat kebugaran yang masih belum memenuhi harapan konsumen. Harapan konsumen tidak terpenuhi sesuai harapan terlihat dari fasilitas yang ada tidak sesuai dengan harga yang diberikan oleh pusat kebugaran. Harapan konsumen yang tidak terpenuhi mengakibatkan konsumen mengalami kekecewaan dan mengakibatkan konsumen tidak merasa puas dan merasa ditipu oleh salah satu jasa pusat kebugaran.

Banyak pengusaha yang berinisiatif mendirikan pusat kebugaran di daerah Yogyakarta, hal ini terlihat dari menjamurnya pusat- pusat kebugaran di daerah Yogyakarta. Pada radius 10km dari Universitas Negeri Yogyakarta saja sudah terdapat beberapa pusat- pusat kebugaran seperti *Kirana Healty Club*, GMC, dan Cakra Kembang. Dengan banyaknya jumlah pusat- pusat kebugaran di DIY, maka akan menambah persaingan dalam menarik konsumen ke jasa pusat- pusat kebugaran dan perusahaan akan meningkatkan sistem pelayanan agar setiap konsumen yang menggunakan jasa pusat kebugaran tersebut dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil pengamatan di *Fitness Center GOR UNY*, pusat kebugaran ini didirikan dengan fasilitas utama dan pendukung yang sangat memadai, banyak konsumen yang menggunakan jasa pusat kebugaran ini namun masih banyak konsumen yang tidak memperpanjang masa latihannya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 13 september 2013 bahwa data konsumen yang terdaftar selama tiga bulan terakhir *Fitness Center* GOR UNY dapat dilihat pada tabel:

Tabel 1. Daftar konsumen di *Fitness Center* GOR FIK UNY pada bulan Januari- Maret 2013

No.	Bulan	Konsumen Yang Mendaftar	Member Aktif	Member Tidak Aktif	Total Member
1.	Januari	25 Orang	76 Orang	18 Orang	119 Orang
2.	Februari	24 Orang	75 Orang	25 Orang	124 Orang
3.	Maret	19 Orang	89 Orang	23 Orang	131 Orang

Sumber: Manajemen *fitness center* GOR UNY

Berdasarkan tabel diatas, *Fitness Center* GOR UNY memiliki banyak konsumen. *Fitness Center* GOR UNY membagi jenis konsumen menjadi dua golongan, yaitu konsumen aktif dan member tidak aktif. Anggota yang tergolong konsumen aktif adalah konsumen yang sering berlatih dan rutin membayar iuran tiap bulannya, sedangkan member tidak aktif adalah member yang sudah tidak berlatih lagi dan tidak membayar iuran bulanan. Konsumen yang tidak aktif berlatih kemungkinan disebabkan oleh kualitas layanan yang kurang baik, manajemen yang kurang sesuai, instruktur yang kurang berpengalaman, maupun sebab- sebab lain, seperti tidak sesuainya penawaran harga terhadap bentuk pelayanan jasa, alat, fasilitas maupun tempat yang

digunakan untuk berlatih. Ini mengakibatkan *konsumen* tidak puas dan malas untuk berlatih, sehingga menimbulkan penurunan jumlah konsumen.

Sekarang ini di Yogyakarta sudah banyak sekali pusat- pusat kebugaran yang menyebabkan persaingan dibidang jasa pusat kebugaran menjadi semakin ketat yang mengakibatkan pengusaha harus memberikan pelayanan lebih terhadap konsumen agar konsumen merasa puas atas pelayanan jasa dan mengakibatkan konsumen tidak pindah ke jasa pusat kebugaran yang lain. Selama ini belum diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY dan apakah konsumen sudah merasa puas atau belum terhadap jasa pengelolaan yang dijalankan oleh pengelola *Fitness Center* GOR UNY . Dari semua uraian di atas, kajian yang menarik minat peneliti adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan *Fitness Center* GOR UNY .

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut:

1. Belum diketahuinya keinginan dan kebutuhan konsumen *Fitness Center* GOR UNY.
2. Ada persaingan yang ketat antara perusahaan penyedia jasa kebugaran.
3. Belum diketahuinya kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan pada *Fitness Center* GOR UNY.
4. Belum diketahuinya manajemen pelayanan pada *Fitness center* GOR UNY.

5. Penyebab konsumen pindah ke pusat kebugaran lain belum diketahui

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan kemampuan peneliti, tenaga, biaya dan waktu, dalam penelitian ini, peneliti akan membatasi masalah pada tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Berapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY?”.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY.

F. Manfaat penelitian

Adapun penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori manajemen pemasaran dibidang jasa, khususnya jasa *fitness*

center dan sebagai gambaran kepada pengusaha *fitness center* tentang pemenuhan kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi konsumen, dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *fitness center* GOR UNY.
- b. Bagi pegawai *Fitness Center* GOR UNY, dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja mereka khususnya dalam melayani konsumen.
- c. Bagi *Fitness Center* GOR UNY, dapat diketahuinya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan masukan untuk menentukan langkah- langkah yang tepat demi perkembangan dan kemajuan *Fitness Center* GOR UNY.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori dan Penelitian yang Relevan

1. Kualitas Jasa

a. Pengertian Kualitas Jasa

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna. Orang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, beberapa definisi yang kerap dijumpai antara lain, (Fandy Tjiptono, 1997: 2):

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan/tertentu.
- 2) Kecocokan untuk pemakaian.
- 3) Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan.
- 4) Bebas dari kerusakan/cacat.
- 5) Melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal.
- 6) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Pengertian kualitas menurut *American Society for Quality Control* yang dikutip Rambat Lupiyoadi (2001: 142) adalah “keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan.”

Menurut Payne (2000: 8): jasa merupakan kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidak berwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer

kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik.

Kotler (2002: 486) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa jasa merupakan suatu aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan kepada pihak lain.

Dari pengertian tentang jasa, dapat dikatakan bahwa jasa, mempunyai beberapa karakteristik. Menurut Fandy Tjiptono (2004: 15) ada empat karakteristik utama jasa yang berpengaruh besar pada perencanaan program pemasaran, yaitu:

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda, maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha.

2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan ataupun organisasi serta perangkat mesin/teknologi.

3) *Variability* (berubah-ubah/aneka ragam)

Bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbedabeda, tergantung pada siapa yang memberi, bagaimana, memberikannya, serta waktu dan tempat jasa tersebut diberikan.

4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Bahwa jasa tidak bisa disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberi. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan mantap karena menghasilkan jasa di muka dengan mudah. Bila permintaan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

b. Dimensi Kualitas Jasa

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan jasa dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992) dikutip (Rambat Lupiyoadi, 2008: 192).

Dari penelitian Parasuraman dkk (1985) yang dikutip (Fandy Tjiptono, 1996: 69) mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu:

- 1) *Reliability*, mencakup dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga sesuai dengan jadwal yang disepakati.
- 2) *Responsiveness*, yaitu kemampuan dan kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- 3) *Competence*, artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang diberikan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- 4) *Acces*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
- 5) *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personal* (seperti resepsionis, operator telepon, dll).
- 6) *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran serta keluhan pelanggan.

- 7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personal*, dan interaksi dengan pelanggan.
- 8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*) dan kerahasiaan (*confidentiality*).
- 9) *Understanding/knowning the costumer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan konsumen.
- 10) *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.

Sucherly (1999: 15) menyatakan bahwa untuk mengukur kualitas jasa menggunakan TERRA, yang meliputi: (1) *tangibles*, (2) *empathy*, (3) *reliability*, (4) *responsiveness*, (5) *assurance*.

- a) *Tangibles* (berujud) adalah aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba, yaitu berupa alat atau fasilitas.
- b) *Empathy* (kemudahan) adalah perhatian penuh kepada konsumen, yaitu kemudahan dalam memperoleh barang/jasa dan pelayanan.
- c) *Reliability* (keajegan) adalah aspek-aspek keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yaitu konsistensi pelayanan.
- d) *Responsiveness* (tanggap) adalah keinginan untuk membantu dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Dapat juga berarti kecepatan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan,

sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari konsumen (kecepatan dalam merespon).

- e) *Assurance* (jaminan) adalah adanya jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, yaitu berupa ketrampilan dan keramahan petugas, keamanan, serta kepercayaan.

Agung Nugroho (2008: 12) menyimpulkan bahwa kualitas jasa pada olahraga minimal harus memenuhi kelima dimensi yang meliputi:

- 1) Berujud, yaitu hasil produksi dapat dilihat atau dirasakan oleh pelanggan.
- 2) Kemudahan, yaitu transportasi tempat latihan terjangkau dan mudah untuk berkomunikasi.
- 3) Keajegan, yaitu dalam melayani atlet tidak pilih kasih serta sesuai dengan standar.
- 4) Tanggap, yaitu menerima keluhan dari atlet serta cepat merespon.
- 5) Memberi jaminan keamanan/keselamatan, jaminan pelatih yang bersertifikat, serta jaminan ketepatan dalam program yang direncanakan.

Dimensi kualitas di atas dapat dijadikan dasar bagi pengelola SSB untuk mengukur dan mengetahui *gap* (kesenjangan) antara harapan pelanggannya dengan kenyataan yang mereka terima. Jika *gap* itu bernilai negatif (pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan), berarti kualitas pelayanan jasa yang diterima pelanggan belum dapat memenuhi harapan mereka. Jika *gap* itu bernilai nol (pelayanan sudah sesuai dengan harapan),

berarti harapan pelanggan sudah dapat terpenuhi oleh kenyataan kualitas pelayanan jasa yang mereka terima dan jika *gap* itu bernilai positif (pelayanan yang diberikan telah melebihi apa yang diharapkan pelanggan), berarti pelanggan terpuaskan keinginan dan harapannya akan kualitas pelayanan jasa tersebut.

Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman adalah sangat tepat digunakan untuk mengukur kualitas jasa pelayanan (Zulian Yamit, 2001: 12).

2. Kepuasan Pelanggan

a. Harapan Pelanggan

Harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk/jasa. Harapan member pada jasa di *fitness center* berarti perkiraan atau keyakinan member tentang apa yang akan diterimanya bila ia mengikuti program latihan dan menjadi anggota dalam *fitness center* tersebut.

Member yang masuk dan menjadi anggota *fitness center* berharap mendapatkan program latihan yang baik, alat/fasilitas latihan yang memadai, kemudahan menjangkau tempat latihan, pelayanan dan perhatian dari instruktur serta jaminan keamanan/keselamatan latihan dan lingkungan sekitar *fitness center*. Pada akhirnya member berharap memiliki kebugaran yang tinggi.

Harapan member terhadap jasa *fitness center* dan pelayanan memberikan kerangka acuan terhadap penilaian dari jasa yang diberikan *fitness center*. Harapan itu menjadi indikator kualitas jasa pelayanan dan kepuasan member itu sendiri. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampainya, pembicaraan dari mulut ke mulut, dan iklan perusahaan jasa. Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarkan hal-hal itu, dan setelah menerima jasa itu, mereka membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi pada penyedia. Jika yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan penyedia itu lagi. Menurut Agung Nugroho (2008: 15) menyatakan pada dasarnya bahwa untuk pemasaran olahraga harapan siswa tidak dipenuhi sepenuhnya, hal ini dikarenakan jasa yang diterima siswa tidak mencapai harapannya. Selisih antara harapan dengan jasa yang dirasakan atlet adalah ketidakpuasan (*dissatisfaction*).

Berkenaan dengan kualitas, ada tiga level harapan pelanggan mengenai kualitas, yaitu:

- 1) Level pertama, adalah harapan pelanggan yang paling sederhana dan berbentuk asumsi.

- 2) Level kedua, adalah harapan yang lebih tinggi dari level pertama, dimana kepuasan dicerminkan dalam pemenuhan persyaratan dan/spesifikasi.
- 3) Level ketiga, adalah harapan yang lebih tinggi dari level pertama dan kedua, dan menuntut suatu kesenangan (*delighfulness*) atas jasa yang begitu bagus sehingga membuat tertarik.

b. Konsep Kepuasan

Menurut Oliver yang dikutip (J. Supranto, 2001: 233) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Day (Tse dan Wilson) yang dikutip Fandy Tjiptono (1996: 146) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Sedangkan menurut Richard F. Gerson (2001: 3) “kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui”.

Kepuasan member terhadap jasa pelayanan di *fitness center* merupakan hasil yang dirasakan dari kinerja *fitness center* (sebagai penyedia jasa) yang memenuhi harapan mereka. Member akan merasa senang bila harapan mereka terpenuhi dan puas bila harapannya terlampaui. Kepuasan yang dirasakan member akan membentuk loyalitas terhadap *fitness center*, member akan merasa turut memiliki *fitness center* tempat

mereka berlatih. Mereka akan selalu hadir mengikuti program/materi latihan dan kurang sensitif terhadap harga yang harus dibayar. Member akan memberikan komentar yang baik terhadap fitness center dan akan merekomendasikan kepada teman-temannya untuk masuk *fitness center* tersebut.

Manfaat kepuasan member bagi *fitness center* adalah:

- 1) Hubungan yang baik antara member dan *fitness center*.
- 2) Dapat mendorong loyalitas terhadap *fitness center*.
- 3) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut.
- 4) Reputasi dan citra *fitness center* menjadi lebih baik dimata member.
- 5) Mendatangkan/menciptakan member-member sebagai pelanggan baru.
- 6) Keuntungan finansial *fitness center* lebih meningkat.

Menurut Schnaars (dalam Fandy Tjiptono, 2003: 101) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan untuk merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan.

3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Nasution (2001: 55) mengidentifikasikan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*costumer-oriented*), sangat perlu untuk memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. media untuk menyampaikan antara lain menyediakan kotak saran, pendapat dan keluhan, kartu komentar atau saluran telepon khusus. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan memberikan respon secara tepat dan tanggap.

b. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh respon balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

c. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

d. *Lost Costumer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain, sehingga diketahui penyebabnya dan dapat diambil kebijakan dalam rangka lebih meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati produk atau jasa yang mereka beli dan pelayanan yang mereka terima, tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan dari perusahaan. Perusahaan juga harus mencari tahu apa spesifikasi produk atau isi program yang pelanggan persyaratkan seperti halnya pelanggan harapkan dari keseluruhan proses penjualan dan pelayanan yang perusahaan berikan.

Pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan member terhadap jasa pelayanan di *fitness center* GOR FIK Yogyakarta, metode yang digunakan adalah survei kepuasan pelanggan. Survei dilakukan dengan memberikan angket/kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang variabel penelitian. Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan pernyataan sikap tingkat kepuasan siswa.

4. Pemasaran Jasa

Dalam pemasaran barang pada umumnya barang terlebih dulu diproduksi dan baru kemudian dijual, sedangkan dalam pemasaran jasa, biasanya dijual terlebih dahulu dan baru kemudian diproduksi. Jasa mempunyai keunikan, di mana jasa secara bersamaan dalam proses produksi dan konsumsi, sehingga kualitas jasa sangat ditentukan oleh penyedia jasa, karyawan dan pelanggan. Dalam pemasaran jasa perlunya pemasaran eksternal (*external marketing*), pemasaran internal (*internal marketing*) dan pemasaran interaktif

(*interactive marketing*) dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan (Kotler, 2003: 451).

Kotler (2003: 451) menjelaskan bahwa pemasaran eksternal menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempersiapkan dan menetapkan harga, bentuk dan kualitas produk, pendistribusian produk dan program promosi. Dengan kata lain, pemasaran eksternal merupakan upaya perusahaan untuk merancang program bauran pemasarannya secara efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan dan keinginan segmen pasarnya. Dalam pemasaran eksternal, perusahaan menetapkan janji (*making promises*) untuk pelanggannya.

Tujuan dari pemasaran eksternal ini tidak lain adalah mempengaruhi persepsi pelanggan agar percaya dan tertarik untuk membeli jasa yang ditawarkan perusahaan. Pemasaran internal merupakan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan karyawannya. Tujuan yang hendak dicapai dari pemasaran internal ini adalah memberikan kepuasan dan motivasi kepada karyawan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

Dengan pemasaran internal ini akan memberikan dan membangkitkan motivasi, moral kerja, loyalitas, rasa bangga, dan rasa memiliki setiap orang, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan pelanggan yang dilayani melalui pemasaran internal. Para karyawan dikondisikan untuk mengetahui dan mengerti bahwa manajemen sangat peduli

dengan mereka serta menguatkan adanya kesamaan tujuan antara perusahaan dan karyawan.

Pemasaran interaktif menggambarkan hubungan karyawan dengan pelanggan. Dalam hal ini karyawan sebagai bagian dari proses penyajian jasa berkewajiban untuk memenuhi janji yang telah ditetapkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Oleh karena itu, sikap, kemampuan, dan integritas karyawan akan mempengaruhi keberhasilan menjalin relasi antara perusahaan, karyawan dan pelanggan. Kesadaran pentingnya pemasaran interaktif ini dilandasi bahwa dalam jasa, peranan manusia (karyawan-pelanggan) sangat dominan dalam menentukan kualitas jasa.

5. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan adalah persepsi konsumen secara keseluruhan atas keunggulan perusahaan penyedia jasa, baik fasilitas maupun pelayanan yang diberikan. Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut: kualitas teknik (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa tersebut. Pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan. Kualitas produk mengarah pada kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku pembelian.

Mutu adalah keadaan pokok yang selalu mengacu pada kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen satu-satunya kunci utama suatu organisasi mampu bersaing dan mampu menjaga kelangsungan hidupnya dalam

jangka panjang selalu dibandingkan dengan standar yang telah ditentukan lebih dahulu.

Untuk meningkatkan mutu perlu adanya upaya terus-menerus yang membuat para karyawan serta aktif. Salah satu cara adalah dengan membentuk kelompok kerja yang secara aktif melakukan diskusi untuk melakukan diskusi untuk memecahkan masalah-masalah mereka sendiri dan dapat diperbaiki secara langsung setelah diketahui penyebabnya.

Unsur-unsur yang mempengaruhi mutu pelayanan adalah:

a. Unsur Masukan

Unsur masukan (input) adalah tenaga, dana dan sarana fisik, perlengkapan serta peralatan. Secara umum disebutkan bahwa apabila tenaga dan sarana (kuantitas dan kualitas) tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan serta jika dana yang tersedia tidak sesuai dengan kebutuhan, maka sulit diharapkan baiknya mutu pelayanan.

b. Unsur Lingkungan

Yang dimaksud dengan unsur lingkungan adalah kebijakan, organisasi, dan manajemen. Secara umum disebutkan apabila kebijakan, organisasi, dan manajemen tersebut tidak sesuai dengan standar dan atau tidak bersifat mendukung, maka sulit diharapkan mutu pelayanan.

c. Unsur Proses

Yang dimaksud dengan unsur proses adalah tindakan. Secara umum disebutkan apabila tindakan tersebut tidak sesuai dengan standar yang telah

ditetapkan, maka sulit mutu pelayanan menjadi baik. Menurut Handi Irawan (2002: 57) kualitas pelayanan adalah merupakan salah satu *driver* kepuasan pelanggan yang bersifat multi dimensi.

Menurut Zeithaml dan Bitner (1996) yang dikutip Fandi Tjiptono (1996: 70), dimensi kualitas jasa ada lima dimensi yaitu:

- a) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik., pengawal dan sarana komunikasi.
- b) Keandalan (*reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang menjanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan..
- c) Daya tanggap (*responsiveness*), keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- d) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kualitas jasa merupakan penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Jenis kualitas yang menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut: kualitas teknik, yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa tersebut. Pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan.

Menurut Handi Irawan (2002: 37-39) dalam menentukan kepuasan pelanggan terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan:

- a) Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

- b) Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan.
- c) Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- d) Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e) Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

6. Profil *Fitness Center* GOR UNY

a. *Fitness Center* GOR UNY

Fitness Center GOR UNY terletak di Kompleks GOR UNY sayap timur, Jalan Colombo No. 1 Yogyakarta. Letaknya yang strategis, sehingga banyak pengunjung yang berdatangan di tempat *fitness* tersebut, baik mahasiswa, atlet maupun bukan atlet.

Fasilitas yang dibanggakan di *Fitness Center* GOR UNY adalah tempat olahraga yang luas, ruang kardiorespirasi, *electric gym machine*, dilengkapi dengan *rest room* yang bersih, ruangan yang menggunakan AC, toilet, dan mushola. Semuanya dapat mendukung kenyamanan *member*, selain itu *Fitness Center* GOR UNY juga mempunyai instruktur yang handal sehingga memudahkan *member* untuk menjalankan program yang

diinginkannya, karena instruktur membuat program latihan untuk *member*, dan memperkenalkan alat-alat yang belum diketahui oleh *member*.

b. Alat

Semakin lengkap dan canggih peralatan yang digunakan untuk latihan fisik, akan semakin menarik minat orang untuk masuk *fitness center* tersebut. Tetapi alat kelengkapan itu harus diimbangi dengan kemampuan pelatih juga harus disertai dengan kecanggihan *monitoring system* pendataan yang teratur dan baik akan memudahkan bagi pelatih untuk memonitor perkembangan hasil latihan anggotanya.

Peralatan *fitness* yang ada di *Fitness Center* GOR FIK UNY terdapat di dua ruangan yaitu ruang latihan dan ruang kardiorespirasi, di antaranya adalah sebagai berikut:

1) *Free Weight*

- a) *Dumble* semuanya dengan satuan kilogram. *Dumble* dapat berfungsi untuk melatih berbagai macam otot antara lain untuk melatih otot *biceps*, *tricep*, *deltoids*, otot-otot lengan bawah, *trapezius*, dan *oblique external* sesuai dengan cara pemakaiannya.
- b) *Barbel*, dapat digunakan untuk melatih otot-otot dada bagian bawah (*decline*), otot dada bagian atas (*incline*) dan tangan yang diatur

menurut ketinggian sudut kursi. Selain itu, *barbel* juga dapat digunakan untuk melatih otot *biscep*, *triceps*, dan *deltoid*.

2) *Gym Machine*

- a) *Chest Press*, untuk melatih otot *pectoralis*, dan *deltoid*.
- b) *Shoulder Press* untuk melatih otot *deltoideus*.
- c) *Incline* untuk otot dada bagian atas.
- d) *Decline* untuk otot dada bagian bawah.
- e) *Benc Press* untuk melatih otot dada bagian tengah.
- f) *Butterfly* untuk melatih otot *petoralis*.
- g) *Vertical Traction* untuk melatih otot *deltoideus*.
- h) *Leg Press* untuk melatih otot paha secara keseluruhan.
- i) *Double leg curl*, berfungsi untuk otot *hamstring*.
- j) *Leg extention*, untuk melatih otot *quadriceps*.
- k) *Pull Down*, untuk melatih otot *deltoid*, *trapezius*, *teres mayor*, dan *pectoralis*.
- l) *Rowing*, untuk melatih otot punggung.
- m) *Arm Curl*, untuk melatih otot *biceps*.
- n) *Lower beack*, untuk melatih otot punggung bagian belakang
- o) *Bench Sit Up*, untuk latihan otot *oblique external*, *abdominal*.
- p) *Abdominal Machine* untuk melatih otot *abdominal*.
- q) *Ergocycle*, untuk latihan pemanasan dan latihan aerobik.
- r) *Treadmill*, untuk latihan aerobik, serta untuk latihan pemanasan.

s) *Side bend*, untuk melatih otot perut bagian samping

b. Program Latihan Yang Ditawarkan di Fitness Center GOR UNY

a) *Fat Loss*/penurunan berat badan.

Konsep dasar

1) Energi Input \leq Energi Output

2) Karakter latihan : Aerobik, melibatkan hampir seluruh otot
besar dan kecil, kontinyu, ritmis/berirama.

3) Tujuan latihan a)Utama : Pembakaran lemak dan kebugaran
b) Pelengkap : Pengencangan otot

Pembentukan

4) Jenis latihan a)Utama : Jogging, Bersenam, senam aerobik
b) Pelengkap :latihan beban.

b) *Weight Gain*/penambahan berat badan.

Konsep dasar :

1) Energi Input $>$ Energi Output

2) Karakter Latihan : Intensitas Medium – Sub Maksimal

3) Tujuan Latihan a) Utama : Pembesaran massa otot
b) Pelengkap : Pembentukan

4) Jenis Latihan a) Utama : Latihan beban
b) Pelengkap : jogging, bersepeda, senam
Aerobik, renang, dll.

c) *Body Shaping*/pengencangan.

Konsep dasar latihan:

1. Energi Input \geq Energi Output
2. Karakter latihan : Intensitas medium – Sub maksimal
3. Tujuan latihan : a) Utama : Hipertropi otot
b) Pelengkap : Daya tahan otot
Kekuatan otot
- 4) Jenis latihan a) Utama : Latihan beban
b) Pelengkap : Aerobik, bersepeda, renang

d) *Therapy and Rehabilitation*.

Konsep dasar latihan:

- 1) Energi Input \geq Energi Output
- 2) Karakter latihan : Intensitas medium – Sub maksimal
- 3) Tujuan latihan : a) Utama : *theraphy and rehabilitation*
b) Pelengkap : Daya tahan otot
Kekuatan otot
- 4) Jenis latihan a) Utama : Latihan beban
b) Pelengkap : Aerobik, bersepeda, renang..

e) *Body Building*

Konsep dasar latihan:

- 1) Energi Input \geq Energi Output

pemula putri terhadap kualitas jasa pelayanan klub bolavoli Yuso Yogyakarta dalam persentase secara umum yaitu: 75% menyatakan baik, 25% menyatakan kurang baik. Disamping itu juga diketahui persentase dari tiap faktor yaitu : faktor *tangible* (bukti langsung) 42,5% menyatakan baik dan 57,5% menyatakan kurang baik, faktor *empathy* (kemudahan) 87,5% menyatakan baik dan 12,5% menyatakan kurang baik, faktor *reliability* (keajegan) 62,5% menyatakan baik dan 37,5% menyatakan kurang baik, faktor *responsiveness* (daya tanggap) 72,5% menyatakan baik dan 27,5% menyatakan kurang baik, faktor *assurance* (jaminan) 80% menyatakan baik dan 20% menyatakan kurang baik.

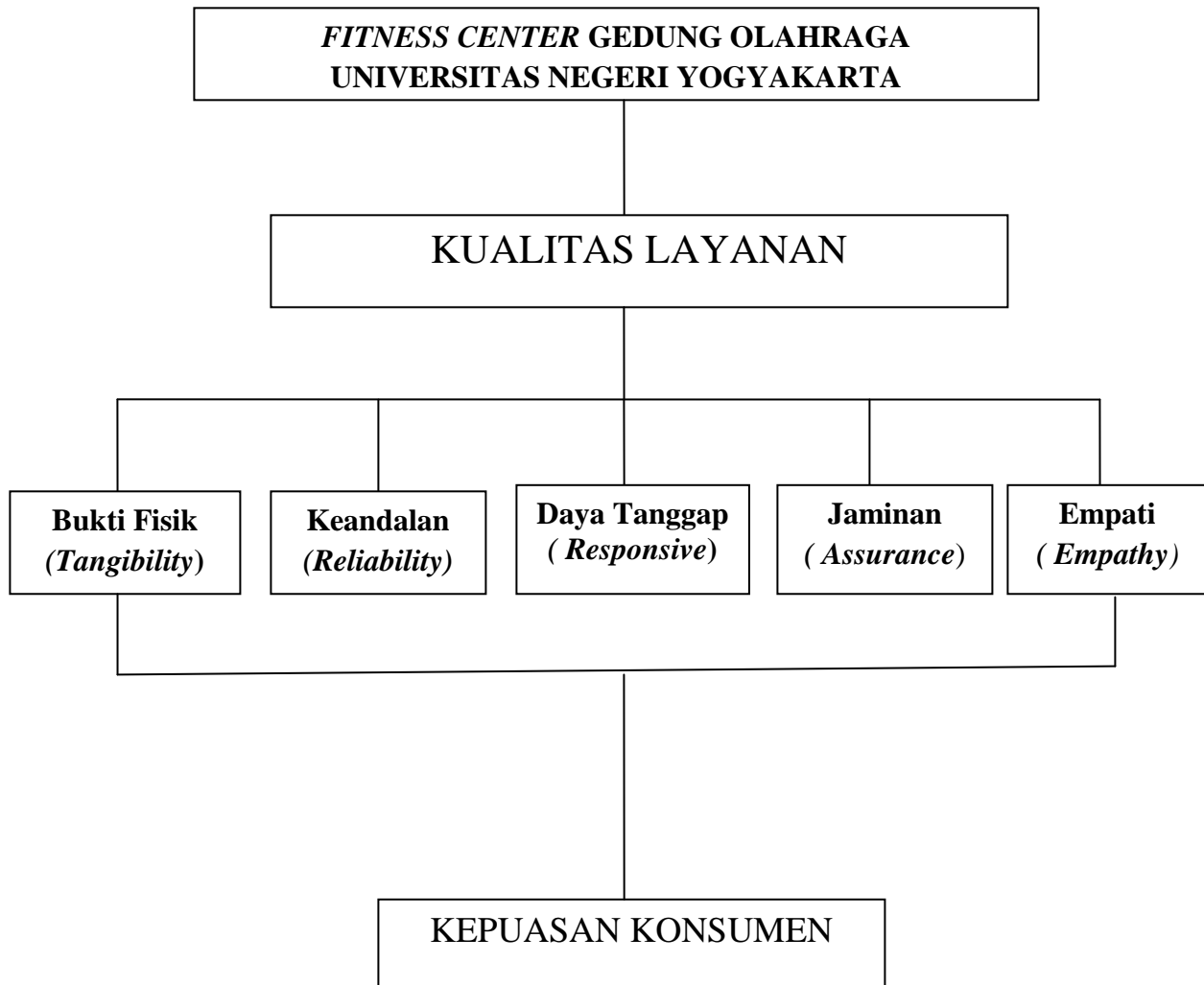
C. Kerangka Berpikir

Fitness center gor uny berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan menerpkan kualitas layanan. Kualitas layanan yang diterapkan meliputi daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan.

Demikian pula jaminan menjadi bentuk pemberian pelayanan yang berkualitas sesuai dengan komitmen harapan yang diberikan kepada konsumen dengan memperlihatkan sikap ramah/ sopan, menjamin keselamatan dan kenyamanan konsumen dalam mendapatkan pelayanan jasa.bukti fisik menjadi hal penting bagi konsumen, hal tersebut yang memberikan suatu apresiasi bagi konsumen dalam melihat pelayanan sesuai ketersediaan sarana, fasilitas, dan keahlian karyawan yang secara nyata diterapkan kepada konsumen mulai dari

ketersediaan peralatan yang aman, perlengkapan yang tersedia lengkap, ketersediaan P3K, dan tenaga staf yang menguasai bidang tugasnya.

Empati diperlukan didalam memenuhi kepuasan konsumen yang berkaitan dengan bentuk- bentuk sikap dan kepedulian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Selain itu layanan jasa dituntut untuk mengembangkan kehandalan dalam pemberian pelayanan yang utama dan unggul tanpa diskriminasi sesuai dengan proses pelayanan yang cepat, tidak pilih kasih dan memberikan kepercayaan kepada konsumen berdasarkan variabel- variabel yang diteliti ini, memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai apresiasi terpenuhinya harapan konsumen cepat mendapatkan pelayanan, keinginan atas pelayanan yang memuaskan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei, adapun pengumpulan datanya dengan menggunakan angket. Menurut Suharsini Arikunto (2010:4), bahwa metode survei merupakan salah satu dokumen penelitian yang pada umumnya digunakan untuk mengumpulkan data sebanyak- banyaknya. Menurut Soehardi Sigit (1999:152), bahwa penelitian survei biasanya digunakan dalam penelitian deskriptif menentukan dan melaporkan keadaan yang menurut kenyataan, dengan mengukurnya. Penelitian ini berarti hanya untuk mengungkapkan kondisi yang sesungguhnya tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di fitness center GOR FIK UNY.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di fitness center GOR UNY, yaitu tingkat perasaan sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas setelah menerima jasa pelayanan yang diberikan di fitness center GOR UNY, jasa pelayanan atau tingkat kepuasan konsumen jasa pelayanan dapat diukur dari lima dimensi kualitas jasa pelayanan yaitu: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya

tangkap (*responseveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) dengan melihat fasilitas, kinerja karyawan, pelayanan karyawan, respon karyawan terhadap konsumen, penampilan karyawan, perilaku karyawan dan kemudahan dalam komunikasi terhadap konsumen.

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut (suharsini arikunto, 2010: 173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pemakai jasa fitness center GOR UNY.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (suharsini Arikunto, 2010: 174). Mengenai seberapa banyaknya sampel dari jumlah populasi yang diteliti, apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Apabila jumlah subjeknya banyak dapat diambil 10% sampai 15% atau 20% sampai 25% atau lebih, sesuai dengan kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen *fitness center* GOR UNY, diambil dengan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling* yang diperoleh sebanyak 30 orang.

Teknik *accidental sampling* pada penelitian ini adalah konsumen *fitness center* GOR UNY yang dijumpai saat dilakukan pengumpulan data. Menurut sugiyono (2004: 77) adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu atau dijumpai peneliti pada saat melakukan penelitian.

D. Instrumen

1. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsini Arikunto 2006: 160). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh responden. Menurut Husain Dan Setiady (1995: 60) angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung . pengembangan instrumen tersebut didasarkan atas konstruksi teori yang telah disusun sebelumnya, kemudian atas dasar teori tersebut dikembangkan indikator-indikator variabel yang selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pernyataan atau pertanyaan.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 77) ada tiga langkah pokok dalam pembuatan angket sebagai instrumen sebagai berikut:

a. Mendefinisikan konstruk

Medefinisikan konstruk adalah langkah pertama, yaitu membatasi variabel yang akan diukur. Variabel utama yang akan diukur adalah tingkat kepuasan yang diterima anggota pusat kebugaran dari jasa pelayanan pusat kebugaran tersebut. Untuk mengukur kepuasan di bidang jasa, peneliti menggunakan metode angket. Metode ini melakukan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

b. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah langkah kedua, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel di atas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden.

c. Menyusun Butir- butir Pertanyaan

Menyusun butir- butir pertanyaan, adalah langkah ketiga dengan menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang

menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran isi faktor.

Menurut Sutrisno Hadi (2004: 186) petunjuk-petunjuk dalam menyusun butir angket adalah sebagai berikut:

- 1) Gunakan kata-kata yang tidak rangkap artinya.
- 2) Susun kalimat yang sederhana dan jelas.
- 3) Hindari kata-kata yang tidak ada gunanya.
- 4) Hindari pertanyaan yang tidak perlu.
- 5) Masukkan semua kemungkinan jawaban agar pilihan jawaban mempunyai dasar yang beralasan, tapi hindari pengkususan yang tidak esensial, baik dalam pertanyaan ataupun jawaban.
- 6) Perhatikan item yang dimasukkan harus diterapkan pada situasi kaca mata responden.
- 7) Hindari menanyakan pendapat responden, kecuali pendapat itulah yang hendak diteliti.
- 8) Hindari kata-kata yang terlalu kuat (suggestif, menggiring) dan yang terlalu lemah.
- 9) Susun pertanyaan-pertanyaan yang tidak memaksa responden menjawab yang tidak sebenarnya karena takut akan tekanan-tekanan sosial.
- 10) Hindari pertanyaan-pertanyaan yang multiple respon bila hanya satu jawaban yang diinginkan.

- 11) Jika mungkin susunlah pertanyaan-pertanyaan sedemikian rupa sehingga dapat dijawab dengan hanya memberi tanda silang atau tanda-tanda *checking* lainnya.
- 12) Pertanyaan harus diajukan sedemikian rupa sehingga dapat membebaskan responden dari berfikir terlalu kompleks.
- 13) Hindari kata-kata sentimentil, seperti dungu, budak, proletar, diktator, kurang ajar, dsb. Sekiranya ada kata-kata yang lebih sopan dan netral.

Setiap pertanyaan dilengkapi dengan alternatif jawaban yang disusun berdasarkan skala likert yang dimodifikasi. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Linkert berisi lima tingkatan jawaban mengenai ketersetujuan responden terhadap statemen atau pertanyaan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2010: 135). Untuk memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan, peneliti menggunakan skala 4 sehingga tidak ada skor nilai tengah atau netral. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecenderungan responden yang asal isi dan memilih skor tengah dari skala yang digunakan (Handi Irawan, 2002: 122).

Sebelum pengambilan data instrumen, dilakukan validasi/ *expert judgment* dan disebut *conten validity*. Dosen ahli dalam penelitian ini yaitu bapak Ahmad Nasrulloh, M. Or dan bapak Sigit Nugroho, M. Or.

Alternatif jawaban terdiri dari 4 alternatif jawaban, skor 1 untuk jawaban “sangat tidak puas”, skor 2 untuk jawaban “tidak puas”, skor 3 untuk jawaban “puas”, skor 4 untuk jawaban “sangat puas”. Angket berbentuk pilihan, sehingga responden hanya membubuhkan tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan responden. Langkah yang penting dalam hal ini adalah menyusun butir-butir pernyataan harus merupakan penjabaran dari isi. Untuk menyusun butir-butir pertanyaan dibuat kisi-kisi angket terlebih dahulu. Kisi-kisi angket dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 3. Kisi-Kisi Angket Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pelayan *Fitness Center* GOR UNY

Variabel	Faktor	Indikator	Item	Jumlah
Kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan	Bukti langsung (<i>tangibles</i>)	1. Alat/ fasilitas 2. Hasil yang dirasakan	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9	9
	Empati (<i>empaty</i>)	3. Kemudahan 4. komunikasi	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	16
	Keandalan (<i>reliability</i>)	5. Ketepatan waktu pelayanan 6. Kinerja dan profesionalisme instruktur 7. Kepedulian pegawai terhadap konsumen	18,19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	13
	Daya tanggap	8. Respon terhadap kesulitan dan masukan	31, 32, 33,	8

	<i>(responsiveness)</i>	dari member 9. Penghargaan dari instruktur	34, 35, 36, 37	
	Jaminan <i>(assurance)</i>	10. Jaminan keamanan dan keselamatan 11. Kesesuaian pelaksanaan program 12. Jaminan instruktur yang berkualitas	38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48	11
Jumlah				48

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket kuisioner. Jenis yang digunakan adalah angket tertutup, seperti yang dijelaskan Suharsimi Arikunto (2010: 195) angket tertutup adalah angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Teknik angket ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan fitness center GOR UNY. Cara pengambilan data sebagai berikut:

- a. Peneliti memberikan angket kepada sejumlah responden.
- b. Responden mengisi angket yang diberikan.
- c. Angket dikembalikan kepada peneliti setelah diisi oleh responden.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar- benar instrumen yang baik. Baik buruknya instrumen ditunjukkan oleh kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas). Analisis uji coba instrumen mencakup validitas dan reliabilitas.

Dalam penelitian ini peneliti sudah mengambil instrument dari Puji Sanyoto (2011:30) sehingga instrument dalam penelitian ini sudah pernah dilakukan uji coba. Peneliti melakukan kembali uji validitas dan reliabilitas instrument agar menjadi lebih kuat untuk digunakan sebagai alat penelitian. Adapun uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrumen masing- masing variabel. Menurut suharsini arikunto (2010: 211) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Dalam penelitian ini mengukur uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh *Pearson*, Dalam Suharsimi Arikunto (2010: 314) yang dikenal dengan korelasi *product moment*, dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dengan Pengertian :

x : $X - \bar{X}$

y : $Y - \bar{Y}$

\bar{X} : skor rata-rata dari X

\bar{Y} : skor rata-rata dari Y

Koefisien dapat dikatakan handal jika dapat melewati batas derajat bebas (db) sebesar 0.3783 yang diperoleh dengan rumus N-2 dari tabel *product moment*. Apabila nilai $r_{xy} \geq r$ tabel atau probabilitas output SPSS $\leq 0,05$, maka butir tersebut sah. Begitu juga sebaliknya apabila nilai $r_{xy} < r$ tabel atau nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 maka butir dapat dikatakan gugur.

b. Uji Reabilitas Instrumen

Menurut suharsini arikunto (2006: 221) instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban- jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Dalam mencari reabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach..Rumus Alpha setelah menemukan jumlah varian butir dan varian total kemudian di masukkan ke dalam rumus

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

σ_t^2 = total varians

Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 0,92. Uji reliabilitas ini dikatakan tinggi berdasarkan nilai interpretasi menurut Suharsimi Arikunto (2006: 276)

Tabel 4. Nilai Interpretasi Uji Reliabilitas

Besarnya nilai r	Interpretasi
Antara 0,800 sampai 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai 0,200	Sangat rendah

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif yang kemudian dimaknai.

Analisis data deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di fitness center GOR UNY.

Untuk menghindari kecenderungan responden asal isi dan memilih skor tengah dari skala yang digunakan, maka peneliti menggunakan skala empat yang ada skor nilai tengah atau titik netral. Skalanya sebagai berikut:

Tabel 5. Skor Penilaian Jawaban Positif

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Puas	1
2.	Tidak Puas	2
3.	Puas	3
4.	Sangat Puas	4

Tabel 6. Skor Penilaian Jawaban Negatif

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat tidak puas	4
2.	Tidak puas	3
3.	Puas	2
4.	Sangat puas	1

Keberhasilan suatu usaha jasa tempat olahraga dalam menuju kearah yang lebih baik akan sangat dipengaruhi oleh hubungan baik antara pengelola dengan konsumennya. Hubungan yang baik itu akan tercipta apabila pengelola mampu memberikan kepuasan dan

pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hasil penelitian inilah yang menunjukkan suatu bentuk keyakinan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sebelum menggunakan jasa tersebut.

Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut

1. Memberikan skor tiap responden pada tiap-tiap butir.
2. Menjumlahkan skor setiap responden pada tiap-tiap butir.
3. Menentukan kriteria sebagai patokan penelitian. Data akan dikategorikan menjadi lima kategori berdasarkan nilai mean dan standar deviasi. Menurut (Anas Sudijono, 2000: 161) pengategorian data menggunakan kriteria sebagai berikut:

Pengerahan menggunakan metode RICE

Baik Sekali : $X \geq M + 1,5 SD$

Baik : $M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$

Sedang : $M - 0,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$

Kurang : $M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$

Kurang Sekali : $X < M - 1,5 SD$

Keterangan:

X : Nilai

M : Mean

SD : Standar Deviasiasi

4. Menentukan predikat pengetahuan responden dengan menghitung presentasenya dengan rumus (Anas Sudijono, 2000: 40) sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Presentase

f = frekuensi

N = jumlah seluruh anggota

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Lokasi

Penelitian ini dilakukan di *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta sayap timur, Jalan Colombo No.1 Yogyakarta.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

3. Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 13- 20 September 2013 yang dilakukan di *fitness center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta, Jalan Colombo No. 1 Yogyakarta.

4. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 7.

Tabel 7 . Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
Pria	21	70.0
Wanita	9	30.0
Jumlah	30	100.0

Sumber: data primer diolah, 2013

Berdasarkan tabel 7, dapat dilihat bahwa mayoritas responden yaitu pria sebanyak 21 orang (70%) dan sisanya sebanyak 9 orang(30%) adalah wanita.

b. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan di tabel 7.

Tabel 8. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Presentase
16 s/d 20 tahun	7	23.3
21 s/d 25 tahun	18	60.0
26 s/d 30 tahun	5	16.7
Jumlah	30	100.0

Sumber : data premier diolah, 2013

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berumur 21 s/d 25 tahun yaitu sebanyak 18 orang(

60%), diikuti umur 16 s/d 20 tahun sebanyak 7 orang (23.3%). sisanya sebanyak 5 orang (16.7%) berumur 26 s/d 30 tahun.

B. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan. Data diperoleh dari angket yang terdiri dari 48 item pertanyaan, angket tersebut terdiri dari lima indikator, yaitu: *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* sehingga perlu dideskripsikan hasil secara keseluruhan dan hasil dari masing-masing indikator. Data dikategorikan menjadi lima kategori berdasarkan nilai mean dan standar deviasi yang diperoleh. Berikut skor baku dengan penilaian lima kategori yang digunakan untuk mendiskripsikan data tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan rumus Anas Sudijono, (2000: 161) :

Tabel 9. Skor Baku Kategori

No.	Rentang Norma	Kategori
1	$M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$	Sangat Puas
2	$M - 0,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$	Cukup puas
3	$M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$	Kurang puas
4	$X < M - 1,5 SD$	Kurang puas sekali

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan memperoleh nilai maksimum sebesar 181 dan nilai minimum 128. Mean diperoleh sebesar 163,8 dan standar deviasi sebesar 16,16 dan median sebesar 171. Data dikategorikan menjadi lima kategori berdasarkan nilai mean dan standar deviasi yang diperoleh dengan penilaian lima kategori yang digunakan untuk mendiskripsikan data tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan sebagai berikut:

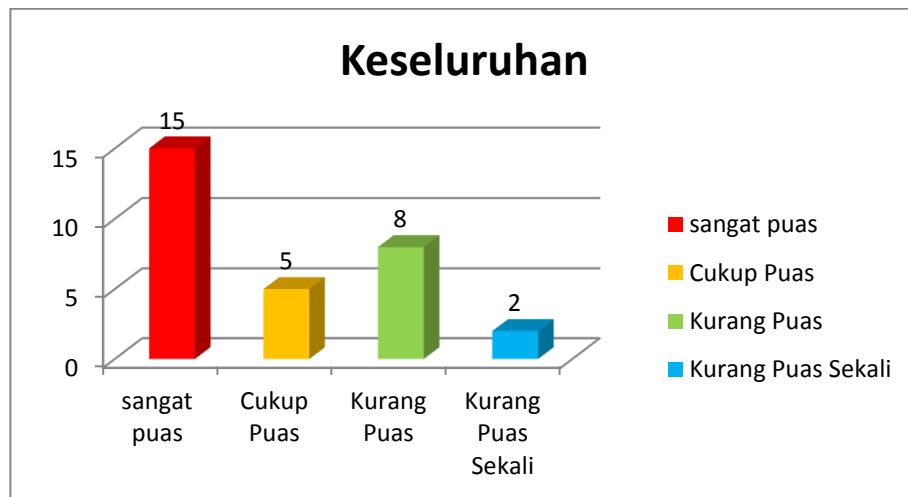
Tabel 10. Distribusi frekuensi tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan

NO	Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Puas	171.08-187.08	15	50.0
2	Cukup puas	155.08-171.08	5	16.7
3	Kurang puas	139.08-155.08	8	26.7
4	Kurang Puas Sekali	< 135.08	2	6.7
Jumlah			30	100.0

Dari Tabel 10. di atas, dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan terdapat, 15 orang (50

%) dalam kategori sangat puas, 5 orang (16,7 %) dalam kategori cukup puas, 8 orang (26,7 %) dalam kategori kurang puas, 2 orang (6,7 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan adalah sangat puas.

Dari keterangan di atas tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 2. Histogram tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan

Untuk melihat hasil penelitian secara lebih mendalam, deskripsi hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga

Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles*

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles* diperoleh nilai minimum sebesar 24 dan nilai maksimum 25. Mean diperoleh sebesar 30,46 dan standar deviasi sebesar 3,15 dan median sebesar 30. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles* sebagai berikut:

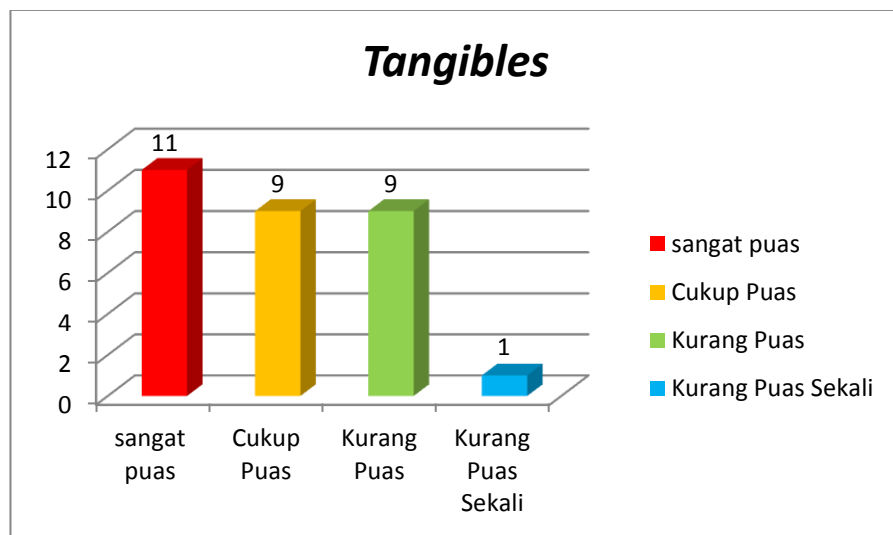
Tabel 11. Distribusi frekuensi tingkat kepuasan konsumen *fitness center* berdasarkan faktor *tangibles*

NO	Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Puas	32.04-35.12	11	36.7
2	Cukup puas	28.12-32.04	9	30.0
3	Kurang puas	25.04-28.12	9	30.0
4	Kurang puas Sekali	< 25.04	1	3.3
Jumlah			30	100.0

Dari Tabel 11. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan

berdasarkan faktor *tangibles* terdapat, 11 orang (36,7 %) dalam kategori sangat puas, 9 orang (30 %) dalam kategori cukup puas, 9 orang (30 %) dalam kategori kurang puas, 1 orang (3,3 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles* adalah puas.

Dari keterangan Tabel 11. tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 3. Histogram tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles*

- b. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy*

Hasil penelitian Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy* diperoleh nilai minimum sebesar 22 dan nilai maksimum 32. Mean diperoleh sebesar 28,43 dan standar deviasi sebesar 2,81 dan median sebesar 29. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy* sebagai berikut:

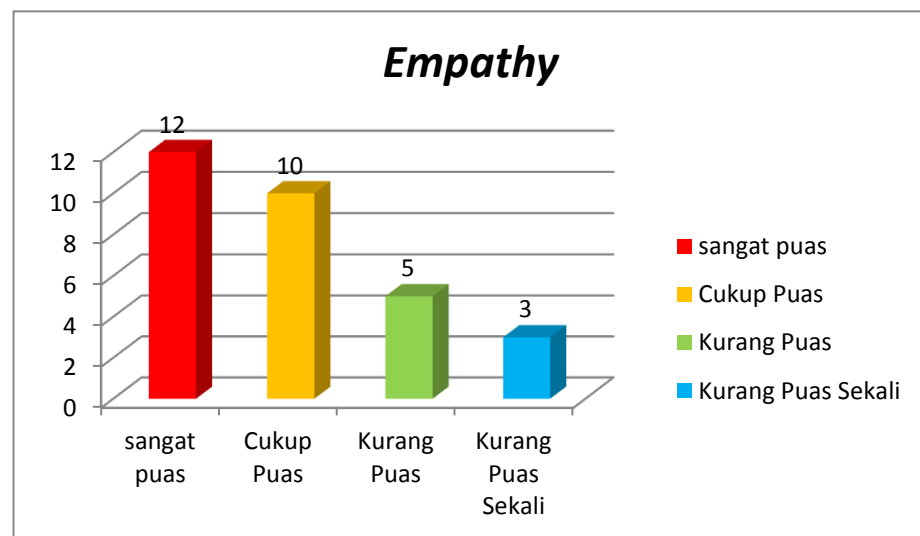
Tabel 12. Distribusi frekuensi Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* berdasarkan faktor *empathy*

NO	Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Puas	29.21-32.03	12	40.0
2	Cukup puas	27.03-29.21	10	33.3
3	Kurang puas	24.21-27.03	5	16.7
4	Kurang puas Sekali	< 24.21	3	10.0
Jumlah			30	100.0

Dari Tabel 12. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy* terdapat, 12 orang (40 %) dalam kategori sangat puas, 10 orang (33,3 %) dalam kategori cukup puas, 5 orang (16,7 %) dalam

kategori kurang puas, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy* adalah puas.

Dari keterangan Tabel 12. tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut



Gambar 4. Histogram tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy*

- c. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability*

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* diperoleh nilai minimum sebesar 32 dan nilai maksimum 52. Mean diperoleh sebesar 43,16 dan standar deviasi sebesar 5,53 dan median sebesar 45,5. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* sebagai berikut:

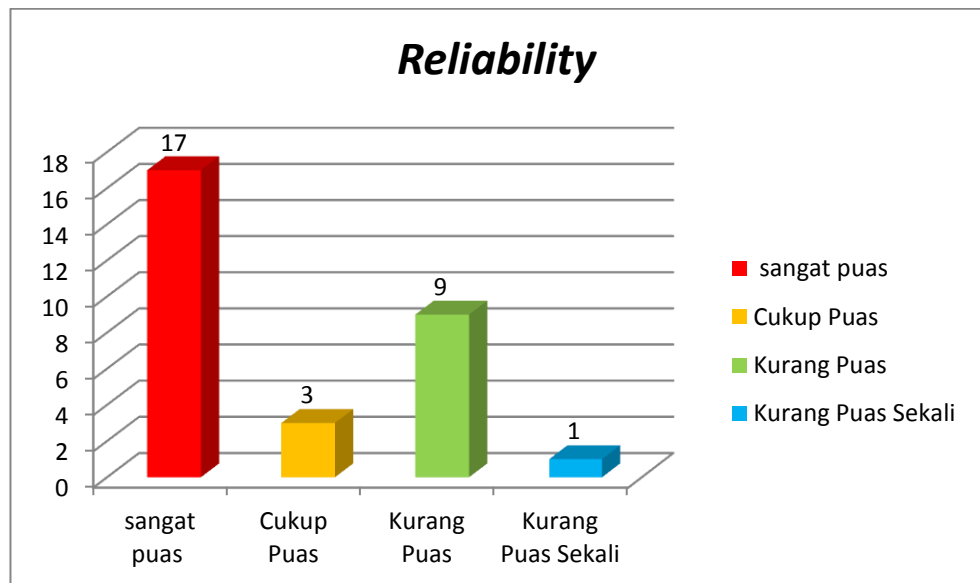
Tabel 13. Distribusi frekuensi tingkat kepuasan konsumen *fitness center* berdasarkan faktor *reliability*

NO	Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Puas	45.87-51.42	17	53.3
2.	Cukup puas	40.42-45.87	3	10.0
3.	Kurang puas	34.87-40.42	9	30.0
4	Kurang puas Sekali	< 34.87	1	3.3
Jumlah			30	100.0

Dari Tabel 13. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* terdapat, 16 orang (53,3%) dalam kategori sangat puas, 3 orang (10 %) dalam kategori cukup puas, 9 orang (30 %) dalam

kategori kurang puas, 1 orang (3,3 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori puas, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* adalah sangat puas.

Dari keterangan Tabel 13. tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability*

- d. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness*

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness* diperoleh nilai minimum sebesar 22 dan nilai maksimum 32. Mean diperoleh sebesar 27,9 dan standar deviasi sebesar 2,84. Median sebesar 29. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness* sebagai berikut:

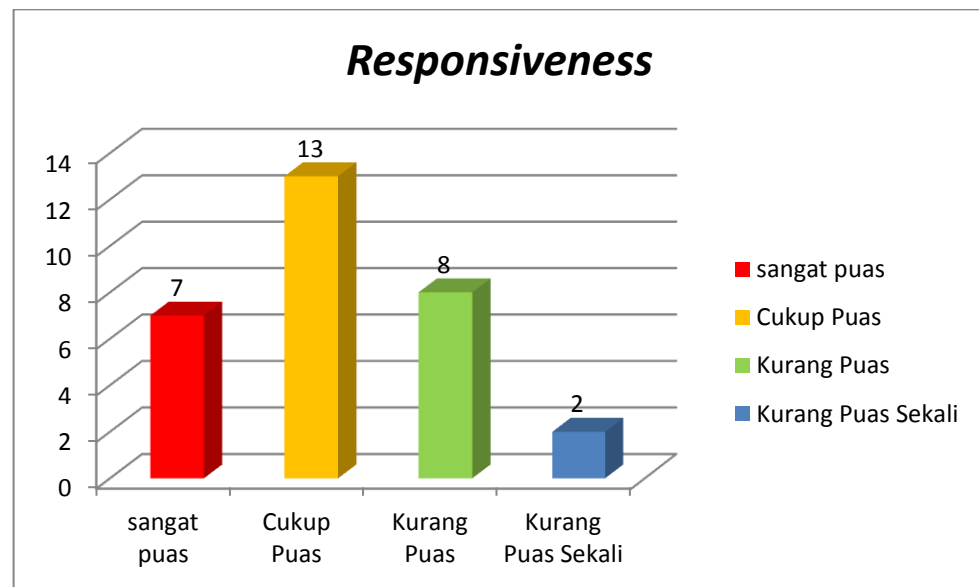
Tabel 14. Distribusi frekuensi tingkat kepuasan konsumen *fitness center* berdasarkan faktor *responsiveness*

NO	Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Puas	29.63-32.48	7	23.3
2	Cukup puas	26.48-29.63	13	43.3
3	Kurang puas	23.63-26.48	8	26.7
4	Kurang Sekali puas	< 23.63	2	6.7
Jumlah			30	100.0

Dari tabel 14. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness* terdapat, 7 orang (23,3 %) dalam kategori sangat puas,

13 orang (43,3 %) dalam kategori cukup puas, 8 orang (26,7 %) dalam kategori kurang puas, 2 orang (6,7 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori cukup puas, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness* adalah cukup puas.

Dari keterangan di atas tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness* dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut:



Gambar 6. Histogram tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness*

- e. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance*

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance* diperoleh nilai minimum sebesar 25 dan nilai maksimum 40. Mean diperoleh sebesar 33,87 dan standar deviasi sebesar 4,31. Median sebesar 35. Berdasarkan rumus kategori yang telah ditentukan, analisis data memperoleh hasil Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance* sebagai berikut:

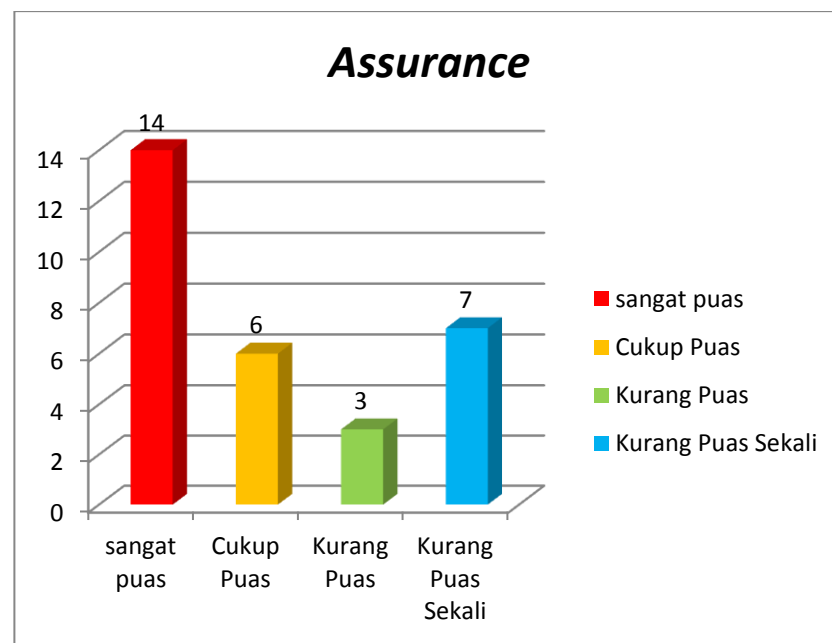
Tabel 15. Distribusi frekuensi Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* berdasarkan faktor *assurance*

NO	Kategori	Nilai	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Puas	36.01-40.31	14	46.7
2	Cukup puas	31.71-36.01	6	20.0
3	Kurang puas	27.41-31.41	3	10.0
4	Kurang puas Sekali	< 31.41	7	23.3
Jumlah			30	100.0

Dari Tabel 15. dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance* terdapat, 14 orang (46,7 %) dalam kategori sangat puas, 6 orang (20 %) dalam kategori cukup puas, 3 orang (10 %) dalam

kategori kurang puas, 7 orang (23,3 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori baik, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance* adalah sangat puas.

Dari keterangan di atas tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance* sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance*

D. Pembahasan

Berdasarkan penghitungan data hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan terdapat, 15 orang (50 %) dalam kategori sangat puas, 5 orang (16,7 %) dalam kategori cukup puas, 8 orang (26,7 %) dalam kategori kurang puas, 2 orang (6,7 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori puas, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan adalah sangat puas dengan persentase 26,7%.

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui, Richard F. Gerson (2001: 3). Kepuasan member terhadap jasa pelayanan di *fitness center* merupakan hasil yang dirasakan dari kinerja *fitness center* (sebagai penyedia jasa) yang memenuhi harapan mereka. Member akan merasa senang bila harapan mereka terpenuhi dan puas bila harapannya terlampaui. Kepuasan yang dirasakan member akan membentuk loyalitas terhadap *fitness center*, member akan merasa turut memiliki *fitness center* tempat mereka berlatih. Mereka akan selalu hadir mengikuti program/materi latihan dan kurang sensitif terhadap harga yang harus dibayar. Member akan memberikan komentar yang baik terhadap *fitness center* dan akan merekomendasikan kepada teman-temannya untuk masuk *fitness center* tersebut.

Tingkat kepuasan konsumen menunjukkan kategori sangat puas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan membernya. Faktor yang membuat member *fitness center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta berupa *tangibles*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh member dari *fitness center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta. Diharapkan *fitness center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta dapat selalu menjaga kualitas jasa pelayanan yang saat ini diterapkan. Kenyamanan yang diperoleh oleh member dari jasa pelayanan nantinya dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang ada.

Dari penghitungan melalui masing-masing faktor juga dapat diketahui kategori tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan. Adapun tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor yang ada adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga universitas negeri yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles* kategori sangat puas, 11 orang (36,7 %) dalam kategori puas, 9 orang (30 %) dalam kategori cukup puas, 9 orang (30 %) dalam kategori kurang puas, 1 orang (3,3 %) dalam kategori kurang puas sekali.

Frekuensi terbanyak pada kategori puas, sehingga disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *tangibles* adalah sangat puas.

Tangibles (berujud) adalah aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba, yaitu berupa alat atau fasilitas, (sucherly, 1999: 15). Dengan kepuasan yang menunjukkan kategori baik menunjukkan bahwa alat dan fasilitas yang ada di *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta sudah sesuai dengan apa yang diharapkan membernya.

2. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy*, 12 orang (40 %) dalam kategori sangat puas, 10 orang (33,3 %) dalam kategori cukup puas, 5 orang (16,7 %) dalam kategori kurang puas, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori puas, sehingga tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *empathy* adalah sangat puas.

Empathy (kemudahan) adalah perhatian penuh kepada konsumen, yaitu kemudahan dalam memperoleh barang/jasa dan pelayanan (sucherly, 1999: 15). Dengan kepuasan yang menunjukkan kategori baik menunjukkan bahwa member mudah dalam memanfaatkan alat dan

fasilitas yang ada di *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

3. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* terdapat, 17 orang (53,3%) dalam kategori sangat puas, 3 orang (10 %) dalam kategori cukup puas, 9 orang (30 %) dalam kategori kurang puas, 1 orang (3,3 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori puas, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *reliability* adalah sangat puas.

Reliability (keajegan) adalah aspek-aspek keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yaitu konsistensi pelayanan (sucherly, 1999: 15). Dengan kepuasan yang menunjukkan kategori baik menunjukkan bahwa member merasakan kenyamanan pelayanan dari pegawai yang ada di *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

4. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness*, 7 orang (23,3 %) dalam kategori sangat puas, 13 orang (43,3 %) dalam kategori cukup puas, 8 orang (26,7 %) dalam kategori kurang puas, 2 orang (6,7 %) dalam kategori kurang puas sekali.

Frekuensi terbanyak pada kategori cukup puas, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *responsiveness* adalah cukup puas.

Responsiveness (tanggap) adalah keinginan untuk membantu dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Dapat juga berarti kecepatan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan, sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari konsumen (sucherly, 1999: 15). Dengan kepuasan yang menunjukkan kategori sedang menunjukkan bahwa member masih menginginkan kecepatan pelayanan dari pegawai yang ada di *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

5. Tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance*, 14 orang (46,7 %) dalam kategori sangat puas, 6 orang (20 %) dalam kategori cukup puas, 3 orang (10 %) dalam kategori kurang puas 7 orang (23,3 %) dalam kategori kurang puas sekali. Frekuensi terbanyak pada kategori puas, sehingga dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan berdasarkan faktor *assurance* adalah sangat puas.

Assurance (jaminan) adalah adanya jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, yaitu berupa ketrampilan dan keramahan petugas, keamanan, serta kepercayaan, (sucherly, 1999: 15). Dengan kepuasan yang menunjukkan kategori baik menunjukkan bahwa keamanan yang diberikan kepada member dalam menggunakan peralatan yang ada di *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta sudah seperti yang diharapkan membernya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian dapat disimpulkan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta berada pada kategori sangat puas 50%, yaitu sebanyak 15 orang. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *tangibles* berada pada kategori sangat puas 36,7%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *reliability* pada kategori sangat puas 40%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *responsiveness* pada kategori sangat puas 53,3%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *assurance* berada pada kategori cukup puas 43,3%, dan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor *empaty* pada kategori sangat puas 40,7%.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, hasil penelitian ini mempunyai implikasi yaitu:

1. Menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi pengelolaan *Fitness center* untuk meningkatkan jasa pelayanan. Dengan meningkatnya jasa pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas, secara tidak langsung konsumen akan bertambah dan keuntungan meningkat.

2. Hasil penelitian dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya, sebagai kajian teori dan sumber referensi.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan pembatasan masalah agar penelitian yang dilakukan lebih fokus. Namun demikian dalam pelaksanaan di lapangan masih ada kekurangan atau keterbatasan, antara lain:

1. Peneliti tidak mengontrol kesungguhan tiap responden dalam mengisi angket, yaitu kejujuran responden dalam mengisi angket.
2. Peneliti tidak mengontrol latar belakang akademik dan kondisi responden baik secara fisikis maupun psikologis, apakah responden dalam keadaan baik atau tidak.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pengelola *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta agar selalu menjaga komitmennya untuk memberikan kualitas pelayanan kepada membernya. Dengan pelayanan yang sekarang diberikan sudah sesuai dengan kepuasan member.

2. Bagi peneliti yang akan datang hendaknya mengadakan penelitian lanjut jika nantinya hasil dari tingkat kepuasan konsumen *fitness center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta terhadap kualitas jasa pelayanan jika masih dirasa kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho. (2000). *Pemasaran Jasa Bidang Olahraga*. Majalah Ilmiah. Olahraga Volume Desember 2000. Yogyakarta: FIK UNY.
- , (2008). *Materi Kuliah Pemasaran Olahraga*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Agus S. Suryobroto (2004). *Sarana Dan Prasarana Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan*. Prodi Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi Jurusan Pendidikan Olahraga. Yogyakarta: FIK UNY.
- Fandi Tjiptono. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset.
- , (1997). *Manajemen Jasa*. Edisi Ke Dua. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- , (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- , (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Gerson, Richard F. (2001). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Penerjemah: Hesti Widyaningrum. Jakarta: Penerbit PPM.
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Pt. Elex Mediakomputindo.
- Husain Umar. (2000). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jilid 1. Terjemahan Hendra Teguh Dan Roni Antonius Rusli. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler P. (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prahallindo.
- Murie Setyawan. (2004). Persepsi Orang Tua Atlet Pemula Putri Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klub Bolavoli Yuso Yogyakarta. *Skripsi S1*. Program Study PKO. FIK Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nasution. (2001). *Manajemen Mutu Pelayanan Terpadu*. Jakarta: Galia Indonesia.
- Payne. Andrian. (2000). *Pemasaran Jasa*. (Fandy Tjiptono. Terjemahan). Yogyakarta: Andi Offset.
- Rambat L A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Retno Nurhayati. (2006). *Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Terapi Fisik FIK UNY. Skripsi S1. Program Study PKO. FIK Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Sucherly. (1999). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Pasca Unpad.
- Soehardi Sigit. (1999). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial- Bisnis- Manajemen*. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Administratif*. Alfabeta: Bandung.
- Suharsimi Arikunto. (1993). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Jurusan Administrasi Pendidikan FIP IKIP Yogyakarta.
- _____. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Edisi Revisi IV). Yogyakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2003). *Menejemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Supranto J. (2001). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir- Butir Untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai Dengan Basica*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zulian Yamit. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (edisi pertama). Yogyakarta: Ekonisia.

Yth Bapak: Yudik Prasetyo, M.Kes

Di FIK UNY

Dengan hormat

Berkaitan dengan penelitian saya yang berjudul 'Tingkat Kepuasan Konsumen Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan'. Saya memohon bapak berkenan ikut serta memberi masukan terhadap instrument ini sebagai expert judgement. Masukan tersebut sangat membantu tingkat kepercayaan hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian surat ini saya sampaikan, besar harapan saya bapak mengabulkan permohonan ini. Terimakasih.

Mengetahui

Pembimbing

Hormat Saya

Peneliti

Sulistiyono, M.Pd

NIP: 19761212200812 1001

Ferawati Andriani

NIM:08603141011

Yth Bapak: Sigit Nugroho, M.Or

Di FIK UNY

Dengan hormat

Berkaitan dengan penelitian saya yang berjudul 'Tingkat Kepuasan Konsumen Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan'. Saya memohon bapak berkenan ikut serta memberi masukan terhadap instrument ini sebagai expert judgement. Masukan tersebut sangat membantu tingkat kepercayaan hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian surat ini saya sampaikan, besar harapan saya bapak mengabulkan permohonan ini. Terimakasih.

Mengetahui

Pembimbing

Hormat Saya

Peneliti

Sulistiyono, M.Pd

NIP: 19761212200812 1001

Ferawati Andriani

NIM:08603141011

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sigit Nugroho, M.Or

Unit Kerja : FIK UNY

Bidang ahli : Kinesiologi

Menerangkan bahwa instrumen penelitian tugas akhir skripsi saudara:

Nama : Ferawati Andriani

Nim : 08603141011


Judul skripsi : Tingkat Kepuasan Konsumen *Fitness Center*

Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta

Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan

Telah memenuhi persyaratan sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Yogyakarta, Mei 2013


Sigit Nugroho, M.Or
NIP: 19800924200604 1 001

Yth Bapak: Ahmad Nasrullah, M.Or

Di FIK UNY

Dengan hormat

Berkaitan dengan penelitian saya yang berjudul 'Tingkat Kepuasan Konsumen Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan'. Saya memohon bapak berkenan ikut serta memberi masukan terhadap instrument ini sebagai expert judgement. Masukan tersebut sangat membantu tingkat kepercayaan hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian surat ini saya sampaikan, besar harapan saya bapak mengabulkan permohonan ini. Terimakasih.

Mengetahui

Pembimbing

Hormat Saya

Peneliti

Sulistiyono, M.Pd

NIP: 19761212200812 1001

Ferawati Andriani

NIM:08603141011

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Nasrulloh, M.Or

Unit Kerja : FIK UNY

Bidang ahli : Teori dan Metode Latihan Beban

Menerangkan bahwa instrumen penelitian tugas akhir skripsi saudara:

Nama : Ferawati Andriani

Nim : 08603141011

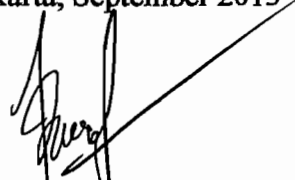
Judul skripsi : *Tingkat Kepuasan Konsumen Fitness Center*

Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta

Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan

Telah memenuhi persyaratan sebagai instrumen yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data.

Yogyakarta, September 2013



Ahmad Nasrulloh, M.Or
NIP: 19830626 200812 1 002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta, Telp.(0274) 513092 psw 255

Nomor : 481/UN.34.16/PP/2013
Lamp. : 1 Eks.
Hal : Permohonan Izin Penelitian

3 Oktober 2013

Yth. : Pengelola Fitnes Center Gedung Olahraga
Universitas Negeri Yogyakarta
Karangmalang, Yogyakarta

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan izin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Ferawati Andriani
NIM : 08603141011
Jurusan : PKR
Program Studi : IKORA

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : September s.d. Oktober 2013
Tempat/obyek : Fitnes Center GOR UNY
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Konsumen *Fitnes Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan.

Demikian surat izin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Rlh. Dekan,

Dr. Sumarjo, M.Kes.
NIP. 19631217 199001 1 002

Tembusan :

1. Kajur. POR
2. Pembimbing TAS
3. Mahasiswa ybs.

ANGKET PENELITIAN

A. Pengantar

Salam Olahraga,

Dengan segala kerendahan hati, perkenankanlah peneliti pada kesempatan ini memohon kepada bapak/ibu dan rekan-rekan konsumen *fitnes center* GOR UNY untuk sejenak meluangkan waktu untuk mengisi angket yang telah peneliti lampirkan. Angket ini merupakan satu rangkaian pelaksanaan peneliti yang bertujuan untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan *Fitness Center* GOR UNY. Untuk itu peneliti mengharapkan kesediaan bapak/ibu dan rekan-rekan konsumen *fitness center* GOR UNY untuk mengisi angket yang telah peneliti sediakan, sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Atas perhatiannya dan ketersediaan bapak/ibu dan rekan-rekan untuk mengisi angket ini peneliti mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, September 2013
Peneliti,

Ferawati Andriani
08603141011

B. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

C. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan seksama
2. Berilah tanda *check list* (V) paada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan anda pada kolom di samping pernyataan.
3. Dimohon semua butir pertanyaan dapat diisi dan tidak ada yang terlewatkan sesuai dengan pendapat Anda.
4. Alternatif tanggapan

STP = Sangat Tidak Puas

TP = Tidak Puas

P = Puas

SP = Sangat Puas

Contoh

No	Pernyataan	Alternatif			
		STP	TP	P	SP
1	Fitness Center mempunyai tempat parkir yang luas	V			

No	Pernyataan	Alternatif			
		STP	TP	P	SP
1	Peralatan yang digunakan memenuhi standar				
2	Jumlah peralatan yang digunakan mencukupi				
3	Ukuran tempat memenuhi standar				
4	Tempat latihan beban nyaman				
5	Alat bantu latihan kurang memadai				
6	Tempat parkir <i>fitness center</i> kurang luas				
7	Selama berlatih kebugaran anda meningkat				
8	Selama berlatih kepercayaan diri anda dalam berlatih meningkat				
9	Selama berlatih pengetahuan anda tentang kebugaran bertambah				
10	Lokasi tempat latihan tidak strategis				
11	Lokasi latihan dapat dilewati transportasi (bus, angkot, ojek, dll)				
12	Persyaratan menjadi member sangat mudah				
13	<i>Fitness Center</i> mempunyai layanan melalui telepon				
14	Terjalin hubungan baik antara <i>Front office</i> , instruktur dan <i>member</i>				
15	Dalam penyampaian materi latihan, bahasa yang digunakan instruktur mudah dipahami				
16	Instruktur tidak ramah dalam menghadapi <i>member</i>				
17	Instruktur selalu berperilaku santun terhadap <i>member</i>				
18	Dalam memulai latihan selalu tepat waktu				
19	Selesai latihan tidak tepat waktu				

No	Pernyataan	Alternatif			
		STP	TP	P	SP
20	Sasaran latihan yang disampaikan instruktur jelas				
21	Materi latihan yang disampaikan instruktur sesuai dengan sasaran latihan				
22	Instruktur berkomunikasi pada saat latihan				
23	Instruktur selalu datang sesuai jadwal latihan				
24	Instruktur selalu berpakaian rapi				
25	Keterampilan instruktur dapat diandalkan				
26	Instruktur dapat menjadi contoh dan panutan				
27	Instruktur sangat memperhatikan kedisiplinan <i>member</i>				
28	<i>Front office fitness center</i> melayani <i>member</i> sebaik mungkin				
29	Instruktur selalu memperhatikan <i>member</i> pada saat latihan				
30	Instruktur memberikan pengarahan kepada <i>member</i> sebelum latihan dimulai				
31	Instruktur mau menerima keluhan <i>member</i>				
32	Instruktur mau menanggapi apa kemauan <i>member</i>				
33	Instruktur bersedia membantu kesulitan <i>member</i> saat latihan				
34	Instruktur tidak bersedia membantu kesulitan <i>member</i> setelah <i>member</i> selesai latihan				
35	Instruktur mau menerima kritik dan masukan saran dari <i>member</i>				
36	Instruktur selalu memberikan apresiasi kepada <i>member</i>				
37	Instruktur selalu memberi pujian pada <i>member</i> yang				

No	Pernyataan	Alternatif			
		STP	TP	P	SP
	aktif mengikuti latihan				
38	Jaminan keselamatan selama latihan baik				
39	Keamanan kendaraan di tempat parkir				
40	<i>Fitness center</i> tidak menanggung bila terjadi cedera				
41	<i>Fitness center</i> menyediakan kotak P3K				
42	Instruktur dapat memberikan pertolongan pertama jika terjadi kecelakaan saat berlatih				
43	Pelaksanaan latihan sesuai dengan program latihan yang telah disusun				
44	Metode latihan yang diberikan sangat efektif dan efisien				
45	Materi latihan yang disusun sesuai dengan periode latihan				
46	Instruktur mempunyai sertifikat yang formal				
47	Instruktur selama ini dapat dipercaya				
48	Instruktur sudah berpengalaman di bidangnya				

D. Skor Penilaian Jawaban

No.	Jawaban	Skor jawaban positif	Skor jawaban negatif
1.	Sangat Tidak Puas	1	4
2.	Tidak Puas	2	3
3.	Puas	3	2
4.	Sangat Puas	4	1

Lampiran 7. Koding data angket

No	Nomor Butir																																																Jumlah		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48			
1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	178		
2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	177		
3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	128		
4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	143			
5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	179		
6	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	175	
7	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	179	
8	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	144		
9	4	4	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	148	
10	4	4	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	149	
11	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	145	
12	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	129
13	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	142	
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	171		
15	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	149	
16	4	4	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	172	
17	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	173	
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	181		
19	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	178
20	3	3	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	170	
21	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	172	
22	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	169		
23	4	4	4	3	3	4	1	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	177
24	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	174	
25	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	169	
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	171	
27	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	149	
28	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	173	
29	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	175	
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	177	

Lampiran 1. Faktor *tangibles*

No	Nomor Butir									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	33
2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	33
3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	24
4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	29
5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
6	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
7	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
8	4	4	4	3	3	3	2	3	2	28
9	4	4	2	3	4	3	3	2	3	28
10	4	4	2	3	4	3	3	2	3	28
11	4	4	4	3	3	3	3	2	3	29
12	3	4	3	2	3	3	3	3	2	26
13	4	4	4	3	3	3	2	3	3	29
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
15	4	4	3	3	3	2	3	3	3	28
16	4	4	2	3	3	4	4	3	2	29
17	3	4	3	3	3	3	4	4	4	31
18	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
19	3	3	4	3	3	3	2	3	3	27
20	3	3	2	2	3	2	3	4	4	26
21	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
22	4	4	4	4	4	4	1	4	4	33
23	4	4	4	3	3	4	1	2	3	28
24	3	4	4	3	3	3	4	4	4	32
25	3	3	4	4	4	4	4	4	1	31
26	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
27	4	4	3	3	3	2	3	3	3	28
28	4	4	2	4	4	4	4	3	2	31
29	3	4	3	4	4	3	4	4	4	33
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

Lampiran 2. Faktor *empathy*[illegible]

Lampiran 3. Faktor *reliability*

No	Nomor Butir													Jumlah
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	45
2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	47
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	34
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	38
5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	48
6	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	46
7	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	46
8	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	38
9	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
10	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
11	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
12	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	32
13	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	35
14	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	2	3	43
15	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	38
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	48
17	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	47
18	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	47
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	51
20	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	49
21	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	48
22	1	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	38
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
24	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	47
25	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	43
26	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	2	3	43
27	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	38
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	48
29	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	47
30	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	47

Lampiran 4. Faktor *responsiveness*

[illegible]

Lampiran 5. Faktor Assurance

No	Nomor Butir										Jumlah
	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	36
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	37
3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	26
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
7	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	34
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	25
13	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
14	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	35
15	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
17	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	37
18	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	37
21	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	37
22	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	34
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	37
25	4	4	1	4	4	4	4	3	3	3	34
26	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	35
27	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
29	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	37
30	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	33

Lampiran 6. Table deskriptif data

		Statistics					
		keseluruhan	Tangibles	Empathy	Reliability	Responsiveness	Assurance
N	Valid	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		163.8333	30.4667	28.4333	43.1667	27.9000	33.8667
Median		171.0000	30.0000	29.0000	45.5000	29.0000	35.0000
Std. Deviation		16.16314	3.14844	2.81233	5.52788	2.84484	4.30504
Range		53.00	11.00	10.00	20.00	10.00	15.00
Minimum		128.00	24.00	22.00	32.00	22.00	25.00
Maximum		181.00	35.00	32.00	52.00	32.00	40.00

Lampiran dokumentasi





